

**ANALISA SPASIAL PENGARUH KEBERADAAN MINIMARKET  
WARALABA TERHADAP OMZET TOKO KELONTONG DI  
KECAMATAN UMBULHARJO KOTA YOGYAKARTA**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
memperoleh derajat Sarjana S-1  
Program Studi Geografi



Diajukan oleh :  
Kurnia Fahmy Ilmawan  
NIRM. E100140020

Kepada  
**FAKULTAS GEOGRAFI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**2015**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISA SPASIAL PENGARUH KEBERADAAN MINIMARKET  
WARALABA TERHADAP OMZET TOKO KELONTONG DI  
KECAMATAN UMBULHARJO KOTA YOGYAKARTA


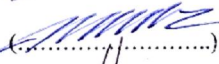

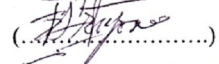

KURNIA FAHMY ILMAWAN  
NIRM E100140020

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada :

Hari, Tanggal : Rabu, 28 Juli 2015

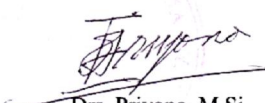
Dan telah dinyatakan memenuhi syarat

Tanda Tangan

Ketua :	Drs. Priyono, M.Si	(  )
Sekretaris :	Drs. Muhammad Musiyam M.TP	(  )
Anggota :	Dra. Hj. Umrotun, M.Si	(  )
Pembimbing I :	Drs. Priyono, M.Si	(  )
Pembimbing II :	Drs. Muhammad Musiyam M.TP	(  )

Surakarta, Juli 2015

Dekan

()  
Drs. Priyono, M.Si

**PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 29 Juli 2015



Kurnia Fahmy Ilmawan

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*“Karena harta yang paling berharga adalah keluarga”  
(Ost. Keluarga cemara)*

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisa secara spasial keberadaan toko kelontong di Kecamatan Umbulharjo dan Menguji variabel yang mempengaruhi omzet pedagang toko kelontong dengan lokasi minimarket waralaba. pendekatan kuantitatif dan spasial digunakan untuk menganalisa data yang didapatkan dari wawancara terstruktur di lapangan. Hasil dari analisa spasial pada penelitian ini adalah pola spasial yang terbentuk pada agihan toko kelontong yang berbentuk *clustered* atau mengelompok berdasarkan nilai Zscore (-7,855797), serta terdapat autokorelasi spasial positif karena nilai indeks moran lebih dari 0,028. Sedangkan untuk kepadatan toko kelontong terpusat kepada dua kelurahan, yaitu kelurahan Warungboto dan Pandeyan. Pengujian hipotesis penelitian memperlihatkan hasil bahwa variabel dependen (Omzet) dipengaruhi oleh variabel independen (Jarak, promosi, pelanggan tetap dan modal) sebesar 40,8%, namun tidak terjadi hubungan linear antara kedua jenis variabel tersebut. Disamping mengetahui pengaruh variabel independen secara menyeluruh, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen juga dilihat secara parsial dengan pengaruh terkuat ada pada variabel jarak dengan omzet sebesar 65,2 %.

**Kata kunci : Perubahan omzet, jarak, promosi, modal, pelanggan tetap, pola spasial, autokorelasi spasial, kepadatan.**

## ABSTRACT

*This research aim to analyze spatial aspect of distribution and to verify variable that have effect to income change of traditional stores in Umbulharjo sub district, City of Yogyakarta. Method to analyze data's which had collected using quitionares and to prove research hypothesis is quantitative approach and spatial approach to analyze distribution of traditional store. Refer to spatial analyze method, result of this reseach is spatial pattern of traditional market was clustered with number of Zscore's -7,85579 and there is positive spatial autocorrelation because the number of Morran index is bigger than 0,028 . Density of traditional market in Umbulharjo sub District are concentrated in Warungboto and Pandeyan. Depend on statistics data analyze, comprehensive correlation between independent variables to dependen variable is 40,8 % and there is no linear relation between them. In particular correlations, only distance which have signifianct correlation to income change in 65,2 % than others independent variables.*

**Keywords : income change, distance, capital, promotion, costumers, spatial pattern, spatial autocorrelations, density, correlation.**

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirahim.*

Tak henti rasa syukur selalu terucap untuk kehadiarat Allah SWT yang selalu memberikan nikmat dan Rahmat sehingga penulis tak selalu kehilangan Semangat, daya, upaya dan tenaga dalam menyelesaikan Skripsi berjudul **ANALISA SPASIAL PENGARUH KEBERADAAN MINIMARKET WARALABA TERHADAP OMZET TOKO KELONTONG DI KECAMATAN UMBULHARJO KOTA YOGYAKARTA.**

Sebagai perwujudan dan bentuk tanggung jawab akademis penulis sebagai seorang akademisi, skripsi ini telah menghantarkan penulis untuk mendapatkan gelar sebagai Sarjana di bidang studi Geografi, Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Skripsi ini tak akan mungkin terwujud ketika tidak ada pihak lain yang membantu. Pada kesempatan kali ini penulis menghaturkan banyak terima kasih atas Inspirasi, Gagasan, Arahan dan Bantuan kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta, Prof Dr. Bambang Setiaji.
2. Drs. Priyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang sekaligus merangkap sebagai Pembimbing I dalam proses penyelesaian skripsi ini.
3. Dr. Muhammad Musiyam MTP selaku dosen pembimbing II.
4. Dra. H. Umrotun, M.Si, Dra, Retno Woro Kaeksi dan Amin Sunarhadi. S.Si MTP selaku Dosen penguji Skripsi.
5. Drs. Yuli Priyana M.Si selaku dosen pembimbing Akademik.
6. Seluruh staff pengajar dan Tata usaha Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Bapak, Ibu, dan Adik-adik yang selalu menjadi bara pembakar semangat.
8. Teman-teman mahasiswa Fakultas Geografi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
9. Dan pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan tugas skripsi ini masih banyak dijumpai kekurangan dan kekeliruan, namun besar harapan penulis supaya skripsi ini kelak dapat bermanfaat bagi Ilmu pengetahuan. Mohon maaf untuk segala kealpaan dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat. Terima kasih.

Penulis,  
Kurnia Fahmy Ilmawan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	i
<b>PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>INTISARI</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>1. BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Kegunaan Penelitian .....	4
1.5. Telaah Pustaka Dan Penelitian Sebelumnya .....	5
1.5.1. Telaah Pustaka .....	5
1. Geografi Ekonomi .....	5
2. Teori Lokasi .....	5
3. Central Place Theory .....	6
4. Pasar modern dan pasar tradisional .....	12
5. Bisnis Waralaba .....	14
6. Omzet .....	14
7. Modal .....	15
8. Kondisi organisasi perusahaan .....	16
9. Faktor lain. ....	16
10. Lokasi .....	16
11. Jarak .....	17
12. Analisis Jalur dalam Statistik .....	18
13. Statistik Spasial .....	20
1.6. Penelitian terdahulu .....	21



1.7.	Kerangka penelitian.....	25
1.8.	Hipotesis .....	27
1.9.	Metode penelitian. ....	27
1.9.1	Metode Penelitian.....	27
1.9.2	Variabel Penelitian .....	27
1.9.3	Populasi dan pengambilan Sampel.....	31
1.9.4	Jenis dan metode pengumpulan data .....	34
1.9.5	Teknik analisa data.....	35
1.10.	Batasan operasional .....	36
2.	<b>BAB II DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN</b> .....	37
2.1.	Letak Geografis, Luas dan Batas Wilayah .....	37
2.2.	Kondisi Sosial Ekonomi.....	39
2.2.1.	Kependudukan.....	39
2.2.2.	Jenis kelamin.....	40
2.2.3.	Pendidikan.....	41
2.2.4.	Kesehatan .....	41
2.2.5.	Ekonomi dan Perdagangan.....	42
2.3.	Kondisi Fisik .....	42
2.3.1.	Topografi dan Geologi .....	42
2.3.2.	Iklim dan Curah Hujan.....	42
2.3.3.	Penggunaan lahan.....	43
3.	<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	44
3.1.	Karakteristik dan sebaran Responden .....	44
3.1.1.	Karakteristik responden .....	44
3.1.2.	Sebaran toko kelontong tradisional.....	48
3.2.	Karakteristik konsumen toko kelontong.....	52
3.3.	Pengujian Hipotesis .....	57
3.3.1.	Pengaruh Jarak, Promosi, pelanggan tetap dan Modal terhadap Omzet.....	57
3.3.2.	Pengaruh variable Tergantung (Jarak, Promosi, pelanggan tetap dan Modal) terhadap variable Tergantung (Omzet) secara parsial. ....	59
3.3.3.	Analisis Korelasi .....	66
3.3.4.	Diagram jalur .....	69

3.4. Analisa Perubahan Omzet .....	70
3.5 Analisa Spasial toko kelontong di kecamatan Umbulharjo.....	75
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
4.1. Kesimpulan.....	81
4.2. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah minimarket berdasarkan perwal no 79 tahun 2010 dengan realita dilapangan.....	2
Tabel 1.2 Kategorisasi Barang dan jasa menurut Christaller.....	7
Tabel 1.3 Perbandingan dengan penelitian terdahulu .....	24
Tabel 1.4 Jenis, Konsep, Definisi, Indikator dan skala data Variabel Penelitian.	30
Tabel 1.5 Distribusi populasi toko kelontong di kecamatan Umbulharjo.....	31
Tabel 1.6 Persentase jumlah sampel penelitian.....	32
Tabel 1.7 Distribusi Sampling toko kelontong di kecamatan Umbulharjo .....	32
Tabel 1.8 Perbandingan jenis data yang digunakan.....	34
Tabel 2.1 luas dan persentase luas kelurahan di kecamatan Umbulharjo .....	37
Tabel 2.2 Jumlah penduduk di kecamatan Umbulharjo.....	39
Tabel 2.3 Rasio jenis kelamin per kelurahan di kecamatan Umbulharjo.....	40
Tabel 2.4 Distribusi sekolah di kecamatan Umbulharjo .....	41
Tabel 2.5 Persentase luas penggunaan lahan di kecamatan Umbulharjo .....	43
Tabel 3.1 Distribusi jumlah sampel .....	49
Tabel 3.2 Karakteristik responden berdasarkan Jarak aktual.....	50
Tabel 3.3 Kualifikasi jarak dan perubahan omzet toko kelontong.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ilustrasi Range dan Treshold.....	7
Gambar 1.2 Bentuk Heksagon dapat Mengisi Ruang Effisien .....	8
Gambar 1.3 Konsep Heksagon Chirstaller yang mendasari teori orde kota. ....	10
Gambar 1.4 Kawasan Sunbelt di Amerika Serikat.....	11
Gambar 1.5 Konsep dalam analisis jalur.....	18
Gambar 1.6 Kerangka Pemikiran. ....	26
Gambar 1.7 Peta buffer jarak toko kelontong terhadap minimarket waralaba ....	33
Gambar 2.1 Peta administrasi Kecamatan Umbulharjo .....	38
Gambar 3.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
Gambar 3.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	45
Gambar 3.3 Karakteristik responden berdasarkan asal kelurahan. ....	46
Gambar 3.4 Pertumbuhan minimarket di Kota Yogyakarta 2000 - 2010 .....	47
Gambar 3.5 Pie Chart karakteristik responden berdasarkan tahun berdiri toko....	48
Gambar 3.6 Peta Agihan Responden Penelitian.....	51
Gambar 3.7 Pie chart karakteristik konsumen berdasarkan jumlah pelanggan ...	52
Gambar 3.8 Pie chart karakteristik konsumen berdasarkan rerata transaksi.....	53
Gambar 3.9 Pie chart karakteristik konsumen berdasarkan usia.....	54
Gambar 3.10 Pie chart karakteristik konsumen berdasarkan asal pelanggan. ....	55
Gambar 3.11 Pie chart karakteristik konsumen berdasarkan jenis pekerjaan. ....	56
Gambar 3.12 Nilai R square .....	57
Gambar 3.13 Nilai signifikansi penelitian. ....	58
Gambar 3.14 Nilai koefisien tiap variabel bebas. ....	59
Gambar 3.15 Kurva uji hipotesis. ....	62
Gambar 3.16 Nilai koefisien korelasi antar variabel bebas.....	66
Gambar 3.17 Diagram jalur.....	69
Gambar 3.18 Peta kepadatan toko kelontong di kecamatan Umbulharjo. ....	76
Gambar 3.19 Spatial pattern report. ....	77
Gambar 3.20 Moran's Index. ....	79

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	84
Lampiran 2 Identitas Responden dan Karakteristik Toko berdasarkan kuisisioner penelitian .....	87
Lampiran 3 Identitas Responden dan Karakteristik Pelanggan Toko berdasarkan kuisisioner penelitian.....	89
Lampiran 4 Identitas Responden dan hasil jawaban karakteristik variabel berdasarkan kuisisioner penelitian .....	91